

西安地铁“电缆门”冲击波影响山东

五金市场不少电缆下架“避风头”

连日来,西安地铁问题电缆事件持续发酵。3月23日,国家质检总局发文要求,各地彻查排查陕西奥凯电缆有限公司产品质量问题。

记者近日发现,省城济南五金市场难觅电缆,电缆店铺不约而同的自动下架不少的电缆产品,有的店铺甚至关门停业,以此来躲避检查。

本报记者 马绍栋 邢振宇

担心检查

部分电缆店铺关门歇业

“这个店早就关门歇业了。”在北园大街多家五金市场,记者以顾客身份走了一圈发现,有的电缆店铺已经关门,有的正在装修,开门营业的电缆种类和品牌也非常少。一家规模较大的机电店铺外墙挂了五六家电缆企业广告,但是记者在店内发现只有两个品牌的电缆在售。

在历山北路上的一家电缆商铺,记者发现店内竟然一盘电缆也没有。店铺老板告诉记者,“现在谁还敢摆着卖啊,国家最近正在严查呢。”

和部分店铺关门和产品下架不同,多家电缆在售店铺老板均向记者表示,在售电缆都是国标产品,品质放心包检测。“你现在买电缆大可放心,西安地铁事件闹得这么厉害,有的问题电缆早下架了,现在敢卖的都是合格的产品,不合格的没人敢卖。”一位店铺老板向记者介绍。

国家查处问题电缆,为何众多商家纷纷下架电缆产品,难道都不合格?针对记者的疑问,省内一家知名电缆企业销售人员告诉记者,市场上的电线电缆等品种多、规格多,有国标和非标之分,在售的都是国标电缆,而下架的电缆都是非标产品。“国标就是按照国家标准生产的电缆,非标就是按企业标准生产的电缆,说白了也就是不合格产品,但是有客户需要。”该销售人员介绍,“非标线”外观与“国标线”外观几乎没有差别,价格相差悬殊,外行很难分辨。



电缆货架如今空空如也
本报记者 戴伟摄

入行门槛低
电缆业“李鬼”难绝

记者查询省质监局网站获悉,作为电线电缆制造大省,山东仅省质监局发放工业产品生产许可证的电线电缆企业就有175家,其中聊城35家,占比20%。另外还有大量并未获证的中小电缆企业。

“终端市场之所以如此反应过度,表面看是部分企业做贼心虚,担心不合格的李鬼产品漏出马脚,从根本上说,还是电缆行业长期存在的进入门槛低、技术含量不高等深层次问题。”我省一位电缆业资深人士告诉记者,我省电缆企业除了部分龙头企业研发能力强、品牌影响力大之外,还有一大批电缆企业存在恶性竞争、低价销售等问题,有的厂家甚至使用回收塑料等劣质原材料辅料。

记者在电缆市场走访时,一些门店看上去就是一个十几平方米的铺位,但店主也声称自己有加工厂,“需要什么规格的都可以做。”即使他做不了,也可以寻求“圈内”的工厂帮忙“代加工”,而且“价格绝对让你满意”。

暴露“低价中标”隐患
业内呼吁改革

“奥凯事件之后,电力、地铁、工程建设各个领域都在清理问题电缆,并在后续招标中加大审查力度,提高审核门槛,行业洗牌不可避免。”谈及奥凯事件“余震”,一位多年从事电缆销售的业内人士表示,那些多年来坚持品质和品牌、渠道服务完善,研发实力强的电缆企业将迎来新的市场机会。基础好、后劲足的电缆企业应该抢抓这一机遇,靠过硬的产品质量和诚信口碑迅速扩张市场份额。

而对于这次事件中暴露出的电缆行业普遍存在的“低价中标”问题,争议仍在继续。业内人士表示,在当前环境下,低价中标是无奈的选择。如果不是最低价中标,可能滋生腐败,但实行最低中标价,可能导致偷工减料。有专家建议,取消产品招标采用“经评审的最低投标价法”,建议采用“经评审的平均投标价法”,其中技术、服务和品牌的评分占比不低于50%。同时立足市场实际综合测算出平均成本价,低于成本价的报价视同恶性竞争,及时预警。

山东糖酒会16日淄博开幕

本报讯 2017年春季(第77届)山东省糖酒商品交易会将于4月16日在淄博国际会展中心举办,这也是山东省春季糖酒会连续第5年在淄博召开。据悉,该会由山东省糖酒副食品商业协会主办,张店区人民政府、淄博国际会展中心承办,国井集团和山东新星集团协办。

交易会定于4月15日上午布展,下午预展,16日和17日为正式展出时间,18日撤展。会议主会场设在淄博国际会展中心,不设分会场。本届交易会规划展出面积6万余平

米,其中室内面积近3万平米,室外面积3万多平米,设置特装展位150多个,标准展位800多个,桌凳展位700余套,灌装展位若干个,总体规模与上届会议基本持平。会议参展范围包括酒类、食品、饮料、乳品、调味品、灌装、包装、日化等行业,除我省大部分相关厂商外,全国其他20多个省市的工商企业也将参加我省糖酒会。

众所周知,山东省糖酒商品交易会拥有悠久的办会历史,在不同的历史时期,山东糖酒会都对我省乃至全国糖酒

行业的发展壮大发挥了重要的推动和助力作用。从计划经济到市场经济,一路发展到现在,会议功能和内容不断变化,会议规模和档次逐步提高,是除全国糖酒会以外,唯一一个在长达近40年的时间里,一年两次没有间断且持续发展的糖酒会,同时也是目前全国影响力最强、规模最大、覆盖范围最广的省级糖酒会。作为酒类和食品行业的“晴雨表”和“风向标”,山东糖酒会见证了众多的企业从小到大,由弱变强。

胜利股份
敞开怀抱主动卖壳

本报记者 刘相华

15年前,为了自己的控股权,与“偷袭者”广州通百惠拼了刺刀;15年后,却敞开怀抱主动卖壳,这就是对上市公司胜利股份最形象的描述。

壳一直是股市的兴奋剂,一家上市公司一旦沦为壳资源,就意味着这个股票可能在二级市场上迎来N个涨停。虽然创始人丧失控制权,可不菲的回报同样具有诱人的魔力。

山东省的A股上市公司数量已经达到了176家,不过其中有近20家民营鲁股企业经营不善,走上了卖壳之路。

15年前,胜利股份依靠国资背景,完成了一场漂亮的“竞壳战”,成为“山东MBO第一股”,这一案例甚至成为很多高校保卫股权的课堂案例。

3月22日胜利股份公告称,公司大股东以9.91亿元的价格将其持有的7.036%的股份转让给润锐胜。本次转让完成后,润锐胜的控股股东赖淦锋将成为胜利股份新的实际控制人,持有上市公司15.26%的股份。

胜利股份相关负责人曾表示,公司实际控制人早就萌生了“撒手”的念头,现在公司的办公地点济南药谷还是租的。胜利股份最新披露,2016年亏损额将达2.84亿-2.98亿元,而2015年则盈利2800亿元。

卖,可以得到实实在在的现金;不卖,转型步履维坚。面临经营困境的山东上市公司,主动卖壳,其实也是无奈之举。

品质安全受认可,部分产品卖断货

食安山东好货要进千家万户

本报济南4月11日讯(记者 张召旭)“之前你们报道过的好产品现在终于见到了,买到了,但是四天时间太短了。”为期四天的第二届食安山东食安优品联合展告一段落。展会期间,亚奥特牛奶、王老吉凉茶、齐鲁有货带来的青岛原浆啤酒、喜旺肉制品、绿源的鸭产品……基本都销售一空。

“亚奥特我原来从报纸上看到过,这是第一次喝,口感真很好!”在第二届食安山东优品展会上,市民孙女士品尝过亚奥特乳业有限公司带来的定制活菌后赞不绝口。作为山东低温鲜奶龙头企业,占据泰安周边60%以上市场份额的亚奥特乳业有限公司工作人员表示,现在亚奥特乳业正在进军济南市场。

同样作为济南本地乳企代表的特地利乳业,除了原有的两款产品之外,本次展会还带来了专门针对糖尿病人的特地至尊高端酸奶,也很受消费者青睐。

烟台盐业公司济南海产品营销分公司带来百浩海参及百浩系列海产品以及杂粮也很受消费者推崇。“他们是国有企业,产品质量至少有保证。”市民陈先生说,相比市面上其它的海参,他更相信全国目前唯一的国字号。

展会期间,各展位人气爆棚已经成为常态。一些平时市面上很少见的高品质特色产品尤其受消费者欢迎,商家补货几乎成为常态。

此外,为了保证本次展会产品质

量,齐鲁晚报与山东标准检测技术有限公司在展会现场专门成立了齐鲁晚报生活实验室,现场对所有的参展产品进行现场快检,经过检测,参展的产品中无一出现产品质量问题。“食安山东展上的确实都是些好东西,有些平时不一定买得到,这种展会应该天天开。”前来参展的张女士说。

由本报发起的“食安山东”平台运作4年来,聚拢了一批自然无添加、生态健康安全的放心产品、良心产品。“今年我们重点推进‘百城万店’行动,把这些好产品送到消费者身边。”食安山东质量诚信联盟发起人、本报资深记者李岩侠表示,只有共同扩大优质食品的消费圈,才能惠及更多消费者,共促食安。